



Institut für Qualitätssicherung und
Transparenz im Gesundheitswesen

Corporate Design des IQTIG

Leistungsbeschreibung

Stand: 20. Oktober 2021

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
Einleitung	3
1.1 Auftraggeber	3
1.2 Hintergrund zum gewünschten Corporate Design	4
1.3 Zielgruppen der Kommunikation des IQTIG.....	4
1.4 Ziele des Auftrags zur Entwicklung eines Corporate Designs	5
2 Auftragsgegenstand	5
2.1 Auftragsgegenstand	5
2.1.1 Hauptleistung	5
2.1.2 Optionale Leistung	6
Konzeptinhalt und Leistungsgegenstand	6
2.2 Leistungsinhalt	6
2.3 Zeitlicher Rahmen	8
2.4 Vom Auftraggeber (IQTIG) bereitgestellte Inhalte.....	8
3 Detaillierte Leistungsbeschreibung.....	8
3.1 Position 1: Konzept zur Entwicklung eines Corporate Designs.....	8
3.2 Position 2: Prototypische Umsetzung von drei unterschiedlichen Designs an Hand von Beispielanwendungen.....	9
3.3 Position 3: Erstellung eines detaillierten Styleguides zum CD (nach Zuschlag).....	9
3.4 Position 4: Konzept zur Entwicklung einer Bildsprache zum Einsatz auf der Website iqtig.org sowie in Publikationen (Entscheidung des IQTIG zur Umsetzung ist optional)	9
3.5 Hinweis zur Barrierefreiheit	10
4 Fristen und zeitlicher Ablauf	10
5 Vertragsdurchführung.....	10
5.1 Zusammenarbeit und Kommunikation	10
5.2 Umgang mit erforderlichen Anpassungen	11
5.3 Endprodukte.....	11
5.4 Verpflichtungen des Auftragnehmers.....	11

Einleitung

1.1 Auftraggeber

Mit dem Gesetz zur Weiterentwicklung der Finanzstruktur und der Qualität in der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV-FQWG) hat der Gesetzgeber in § 137a SGB V den Gemeinsamen Bundesausschuss (G-BA) beauftragt, ein fachlich unabhängiges, wissenschaftliches Institut für Qualitätssicherung und Transparenz im Gesundheitswesen zu gründen. Der G-BA hat auf der Basis dieser Vorschrift am 21. August 2014 die Stiftung für Qualitätssicherung und Transparenz im Gesundheitswesen als rechtsfähige Stiftung des privaten Rechts errichtet. Diese Stiftung ist Trägerin des „Instituts für Qualitätssicherung und Transparenz im Gesundheitswesen“ (IQTIG). Das IQTIG wurde durch Beschluss des Stiftungsrates am 9. Januar 2015 gegründet.



Abbildung 1: Schematische Darstellung des Verhältnisses der das IQTIG tragenden Stiftung zum Institut

Das IQTIG erarbeitet im Auftrag des G-BA Maßnahmen zur Qualitätssicherung und zur Darstellung der Versorgungsqualität im Gesundheitswesen und wirkt an deren Umsetzung mit. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt in der Entwicklung und Durchführung von Verfahren der einrichtungs- und sektorenübergreifenden Qualitätssicherung und der Publikation der Ergebnisse in einer für die Allgemeinheit verständlichen Form.

Das Institut hat seinen Sitz in Berlin. Es führt nach der Aufbauphase in 2015 seit Januar 2016 die Qualitätssicherung nach § 137 SGB V fort. Das IQTIG kann neben dem G-BA auch vom Bundesministerium für Gesundheit (BMG) beauftragt werden.

1.2 Hintergrund zum gewünschten Corporate Design

Sieben Jahre nach seiner Gründung hat das IQTIG die Aufbauphase abgeschlossen. Ein neuer Abschnitt – die Konsolidierung des Instituts – hat begonnen. In diesem Zusammenhang wurde u.a. Prof. Dr. Claus-Dieter Heidecke am 1. Januar 2021 als neuer Institutsleiter berufen.

Intern durchläuft das IQTIG derzeit einen Change-Prozess, der von einer Justierung der Aufbauorganisation begleitet wird. Dazu hat sich das Institut auch erstmals ein professionelles Selbstverständnis gegeben. Die Weiterentwicklung des IQTIG soll auch in der Außendarstellung sichtbar sein. Eine Modernisierung des Corporate Designs (CD) ist dafür eine geeignete Maßnahme.

Die Neugestaltung insbesondere von Logo, Typografie und Farb-Palette, sowie später auch die darauf basierende Umgestaltung der Website, sollen die Neuausrichtung des Instituts nach außen abbilden. Bei der Weiterentwicklung des Webauftritts wird der inhaltliche Fokus darauf liegen, einerseits den bisher publizierten Content auch in Zukunft vollständig darzustellen, andererseits jedoch offen zu sein für neu zu entwickelnde Formate und Inhalte.

1.3 Zielgruppen der Kommunikation des IQTIG

Das IQTIG ist das zentrale Institut für die gesetzlich verankerte Qualitätssicherung im Gesundheitswesen in Deutschland. Im Auftrag des G-BA entwickelt das Institut Qualitätssicherungsverfahren und beteiligt sich, auf der Basis vom G-BA beschlossener Richtlinien und untergesetzlicher Normen, an deren Durchführung. Dazu gehören auch Aufgaben des Public Reporting und der qualitätsorientierten Regulierung des Gesundheitswesens.

Das IQTIG spricht mit seiner Kommunikation folgende Zielgruppen an:

- Auftraggeber des IQTIG (G-BA, BMG)
- Partner des IQTIG (z.B. gesetzlich zuständige Stellen für Qualitätssicherung in den Ländern, Anbieter von Qualitätssicherungs-Softwareprodukten)
- Leistungserbringer (Krankenhäuser, Arztpraxen, Medizinische Versorgungszentren, Labore)
- Fachöffentlichkeit (Wissenschaft, Forschung, weitere Player im Gesundheitswesen)
- (Fach-)Medien und Politik
- Patientinnen und Patienten
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Aus dieser Reihenfolge ergibt sich bisher keine Priorisierung in der Kommunikation. Derzeit stehen alle genannten Zielgruppen gleichberechtigt nebeneinander. Die Berichte und Arbeitsergebnisse des IQTIG adressieren jedoch in erster Linie ein Fachpublikum (Auftraggeber, Partner im Gesundheitswesen, Leistungserbringer, Wissenschaft). Dieses Fachpublikum ist hochspezialisiert und kommt vorrangig aus dem Bereich Medizin / Gesundheitswissenschaften. Dies trifft auch auf viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des IQTIG zu.

Darüber hinaus beziehen viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Motivation aus der Teilhabe an der Verbesserung der Gesundheitsversorgung der Bevölkerung.

1.4 Ziele des Auftrags zur Entwicklung eines Corporate Designs

Die Neugestaltung des Corporate Designs des IQTIG verfolgt folgende Ziele:

- Schaffung eines einheitlichen Auftretens der Institutsleitung, der Abteilungen sowie der Fach- und Stabsbereiche des IQTIG - sowohl in der Öffentlichkeit als auch in den Veröffentlichungen des Instituts
- Darstellung des IQTIG als kompetenter Prozess- und Qualitätsmanager des G-BA innerhalb des deutschen Gesundheitswesens
- Verankerung der Marke „IQTIG“ bei Partnern im Gesundheitswesen bzw. Patientinnen und Patienten als vertrauensvoll, seriös und zuverlässig
- Stärkung der Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der Marke „IQTIG“ und somit positive Unterstützung des institutsinternen Change-Prozesses

2 Auftragsgegenstand

2.1 Auftragsgegenstand

2.1.1 Hauptleistung

1. Konzept zum geplanten Vorgehen bei der Entwicklung eines Corporate Designs für das IQTIG (inkl. Zeitleiste und Art der Mitwirkung des IQTIG)
2. Prototypische Umsetzung von drei unterschiedlichen Designs an Hand von Beispielanwendungen (Logo, Titelblatt eines IQTG-typischen Berichts, Briefpapier), aus denen nach Zuschlag ein Entwurf ausgewählt und umgesetzt wird (siehe 2.2 Auftragsgegenstand nach Zuschlag)

Zu 1:

Dieser Auftragsgegenstand umfasst die präzise Darstellung, wie und in welchen Schritten das Corporate Design des IQTIG entwickelt werden soll. Dazu gehört die Formulierung von:

- a. Konzept zur Entwicklung des CD des IQTIG (inkl. der oben genannten Prototypen)
- b. Art der Mitwirkung des IQTIG (Wann und wie soll das IQTIG eingebunden werden? Welche Abstimmungsschleifen und -fristen sind vorgesehen?)
- c. Zeitleisten (Wann soll welcher Arbeitsschritt erfolgen? Welche Meilensteine werden gesetzt? Seitens des IQTIG ist nach dem erfolgten Zuschlag eine Umsetzung des Gesamtauftrags gemäß Zeitplan unter Kapitel 5 (*Fristen und zeitlicher Ablauf*) gewünscht. Ist dies zu realisieren?)

Zu 2:

Interessierte Bieter sollen an Hand von Beispielanwendungen drei unterschiedliche prototypische Entwürfe für ein Corporate Design liefern. Aus diesen Entwürfen wird vom Auftraggeber einer zur endgültigen Entwicklung des neuen Corporate Designs ausgewählt. Vorgaben für Beispielanwendungen sind:

- Logo
- Titelblatt eines IQTIG-typischen Berichts
- Briefpapier

Bei allen Entwürfen ist auf einen barrierearmen Zugang sowie eine webfähige Umsetzung zu achten.

Grundlage der Entwürfe können zwei Vorgehensweisen sein:

- a. Weiterentwicklung des vorhandenen Corporate Designs
- b. Entwicklung eines neuen Corporate Designs

2.1.2 Optionale Leistung

(Als Einzelposition anzubieten): Konzept für die Entwicklung einer aussagekräftigen Bildsprache zum Einsatz auf der Website iqtig.org sowie in Publikationen.

Konzeptinhalt und Leistungsgegenstand

Interessierte Bieter sollen ein Konzept für die Entwicklung einer aussagekräftigen Bildsprache für das IQTIG vorlegen. Die Bildsprache soll auf die Vorschläge für ein neues Corporate Design abgestimmt sein und beispielsweise auf der Instituts-Website iqtig.org, in Publikationen (Druck-erzeugnisse und webfähige PDF-Erzeugnisse) sowie in Power Point-Präsentationen zum Einsatz kommen. Die Kosten für die Entwicklung solch eines Vorschlags sind im Angebot als Einzelposition auszuweisen.

(Hinweis: Die Entscheidung über die Entwicklung einer Bildsprache ist optional und liegt beim IQTIG).

2.2 Leistungsinhalt

Nach Erteilung des Zuschlags hat der erfolgreiche Bieter die Aufgabe, das neue Corporate Design des Instituts in Zusammenarbeit mit dem IQTIG zu entwickeln. Insbesondere wird dann die Gestaltung folgender CD-Elemente des Instituts zu erarbeiten sein:

- Logo
- Farb-Palette
- Typografie
- Dimensionierung von Gestaltungselementen für die Website (Flächen, Container, Grafiken, Weißraum)

Die entwickelten CD-Elemente müssen in folgenden (vorhandenen) Produkten des IQTIG zur Anwendung gebracht werden können:

- E-Mail-Vorlage, Briefe, Stempel, Visitenkarten
- Druckvorlage für IQTIG-typische Berichte und Veröffentlichungen (z.B. Tätigkeitsbericht)
- Template für Pressemitteilungen
- Vorlage für barrierearme PDF-Erzeugnisse
- Templates für Power Point-Vorträge
- Poster, Fahnen, Flyer
- Template für den internen IQTIG-Newsletter

Wiederkehrende CD-Elemente (Logo, Farb-Palette, Typografie, Gestaltungselemente) müssen crossmedial einsetzbar sein, und insbesondere zukünftig auf der Instituts-Website iqtig.org sowie in diversen Extranetzen (autorisierter Nutzerkreis) angewendet werden können. Dazu gehört die Umsetzung mindestens folgender Auszeichnungselemente für den Content-Bereich der Website:

- Überschriften (mindestens 1. bis 4. Ordnung)
- Listen (geordnete und ungeordnete Liste, sowie Definitionslisten)
- Tabellen (einschließlich Beschriftung, Tabellenkopf und Tabellenkörper)
- Abbildungen (einschließlich Beschriftung)
- Textauszeichnung, Textgliederung (Absätze, Betonung, starke Betonung, Abkürzungen, Zitate, Verlinkung intern/extern bzw. Verweis)

Darüber hinaus müssen folgende Standard-Elemente Teil der Umsetzung sein:

- Struktur der Website
 - Content-Bereich
 - Framing einschließlich Navigation, Logo und Footer
- Linklisten, Seiteninhaltsverzeichnis und Downloadlisten
- Teaser-Elemente
- Elemente zur Anzeige weiterführender Informationen

Bei der Darstellung der Auszeichnungs- bzw. Standard-Elemente muss sowohl die Darstellung auf mobilen Geräten als auch auf dem Desktop mit einbezogen werden. Die Darstellung muss barrierearm sein.

Der Auftrag endet mit der Übergabe eines Styleguides durch den Bieter an das IQTIG. In diesem Styleguide sind die einzelnen unter Ziff. 2.2 (Leistungsinhalt) aufgelisteten Elemente des neuen Corporate Designs übersichtlich, umfassend, präzise und verständlich aufbereitet.

Die Entscheidung des IQTIG zur Entwicklung einer Bildsprache ist optional.

Weitere Informationen zum Auftragsumfang befinden sich in Kapitel 3 (*Detaillierte Leistungsbeschreibung*).

2.3 Zeitlicher Rahmen

Die hier ausgeschriebene Leistung

1. Vorlage eines Konzepts zum Vorgehen bei der Entwicklung eines Corporate Design für das IQTIG (inkl. Zeitleiste und Art der Mitwirkung des IQTIG)
2. Vorlage prototypischer Umsetzungen von drei Design-Entwürfen
3. Vorlage eines Konzepts für eine Bildsprache zum Einsatz auf der Website iqtig.org sowie in Publikationen

soll im 4. Quartal 2021 erbracht werden.

Ein Abschluss der Ausschreibung und damit die Entscheidung über die Beauftragung zur Entwicklung des Styleguides ist für Ende 2021 vorgesehen.

Die konkrete Umsetzung der unter Ziff. 2.2 (Leistungsinhalt) genannten Entwicklungsschritte bis hin zur Erstellung des neuen Styleguides ist für das erste Halbjahr 2022 geplant.

2.4 Vom Auftraggeber (IQTIG) bereitgestellte Inhalte

Nach Auftragsvergabe werden dem Auftragnehmer folgende Informationen, Inhalte und Dokumente bereitgestellt:

- Aktuelles Corporate Manuel des IQTIG („Styleguide“)
- Inhaltliches Briefing zu Zielgruppen und Teilzielgruppen
- Zusätzliche fachlich-inhaltliche Informationen durch den Auftraggeber

3 Detaillierte Leistungsbeschreibung

Das IQTIG sucht einen Auftragnehmer, der die folgenden, als einzelne Positionen einzupreisenden Leistungen übernimmt.

3.1 Position 1: Konzept zur Entwicklung eines Corporate Designs

Das IQTIG erwartet im Angebot die Schilderung des angedachten Vorgehens zur Entwicklung von Umsetzungsideen zu den unter Punkt 2 (*Konkreter Auftragsgegenstand*) genannten Kategorien von Corporate Design-Elementen.

In dem Vorgehen sollen die unter Punkt 1.3 (*Zielgruppen der Kommunikation des IQTIG*) und Punkt 1.4 (*Ziele des Auftrags zur Weiterentwicklung des Corporate Designs*) genannten Sachverhalte aufgenommen werden:

- Wie gehen Sie vor, damit die unterschiedlichen Zielgruppen des IQTIG durch das neue CD angesprochen werden?
- Welche Vorteile im Sinne der genannten Kommunikationsziele könnte ein neues Design von Logo, grafischen Elementen, Farb-Palette und Typografie schaffen?
- Wie wird eine Kontinuität zwischen bisherigem und weiterentwickeltem/neuem Corporate Design hergestellt?

Ein Corporate Manual des IQTIG liegt vor. Es enthält die derzeit im Institut gültigen Vorgaben für das Logo in unterschiedlichen Varianten, Farben, Typografie und weitere Anwendungen sowie einen Styleguide, der auch Umsetzungskomponenten für die Website beinhaltet.

Die Konzeptionierung eines neuen Webauftritts ist nicht Bestandteil dieser Ausschreibung. Allerdings muss das Konzept zur Entwicklung des CD eine spätere Verwendung auf der Website des Instituts zwingend berücksichtigen.

3.2 Position 2: Prototypische Umsetzung von drei unterschiedlichen Designs an Hand von Beispielanwendungen

Neben dem Konzept zur Entwicklung eines Corporate Designs für das IQTIG sind als weitere Entscheidungsgrundlage drei unterschiedliche Designentwürfe anzufertigen und prototypisch in Beispielanwendungen umzusetzen. Vorgegebene Beispielanwendungen sind:

- Logo
- Titelblatt eines IQTG-typischen Berichts
- Briefpapier

3.3 Position 3: Erstellung eines detaillierten Styleguides zum CD (nach Zuschlag)

Nachdem ein Bieter den Zuschlag erhalten hat, erfolgt auf Basis der zuvor vorgestellten Prototypen die Auswahl eines Entwurfs. Hierfür ist als Endprodukt ein detaillierter Styleguide zu erarbeiten. Darin soll das neue CD des IQTIG vollständig und umfänglich dargestellt werden.

Der Styleguide bildet die verbindliche Grundlage für Produkte des IQTIG (bspw. Druckvorlagen) und weitere Anpassungen des bisherigen Außenauftritts. Insbesondere die Anwendung auf igtig.org ist von zentraler Bedeutung für die Kommunikation des Instituts.

Neben der Abbildung der unter Ziff. 2.2 (*Leistungsinhalt*) genannten Auszeichnungselemente und Standard-Content-Elemente der Website muss das neue CD es ermöglichen, zahlreiche IQTIG-spezifische Inhalte abbilden zu können, z.B. komplexe Bezeichnungen in Überschriften und in der Marginale („*Nierenersatztherapie bei chronischem Nierenversagen einschließlich Pankreastransplantationen*“ / "*Richtlinie zur datengestützten einrichtungsübergreifenden Qualitätssicherung*“ / „*PlanQI: Eignungsprüfung weiterer planungsrelevanter Indikatoren, Herstellung eines Fachabteilungsbezugs und zur Entwicklung von Maßstäben und Kriterien zur Bewertung*“).

3.4 Position 4: Konzept zur Entwicklung einer Bildsprache zum Einsatz auf der Website igtig.org sowie in Publikationen (Entscheidung des IQTIG zur Umsetzung ist optional)

Gefordert wird ein Konzept für die Entwicklung einer aussagekräftigen Bildsprache für das IQTIG. Diese Bildsprache soll auf die Vorschläge für ein neues Corporate Design abgestimmt sein und beispielsweise auf der Instituts-Website igtig.org, in Publikationen (Druckerzeugnisse und webfähige PDF-Erzeugnisse) sowie in Power Point-Präsentationen zum Einsatz kommen. Die Kosten für die Entwicklung solch eines Vorschlags sind im Angebot als Einzelposition auszuweisen. Die Entscheidung des IQTIG zur Entwicklung einer Bildsprache ist optional.

3.5 Hinweis zur Barrierefreiheit

Bitte beachten Sie bei der Erstellung Ihres Angebots, dass für eine spätere Umsetzung des Corporate Designs auf der Website des IQTIG besondere Anforderungen an die Barrierefreiheit gestellt werden. Dazu gehören u.a. die Beachtung von Rot/Grün-Schwächen sowie Blindheit bei visuellen Medien (Website, Power Point, PDF). Informationen zum Thema Barrierefreiheit finden sich unter anderem hier:

- https://www.bitvtest.de/bitv_test.html
- <https://www.barrierefreies-webdesign.de/bitv/bitv-2.0.html>
(Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung)
- <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>
- (Web Content Accessibility Guidelines)

4 Fristen und zeitlicher Ablauf

Zeitplan für die zu erbringenden Leistungen.

Tabelle 3: Zeittafel

Datum	Ereignis
22.10.2021	Start der Ausschreibung
30.11.2021	Ende der Frist zur Einreichung von Bieterunterlagen, Angebotsfrist
20.12.2021	Voraussichtliche Erteilung des Zuschlags
10.01.2022	Vom IQTIG gewünschter Start der Zusammenarbeit zur Entwicklung eines neuen Corporate Designs
15.05.2022	Fertigstellung des neuen Corporate Designs inkl. Styleguide

5 Vertragsdurchführung

5.1 Zusammenarbeit und Kommunikation

Bei der Erstellung des Angebots sind bestimmte Formate der Zusammenarbeit und Kommunikation zu berücksichtigen:

- Es sind Jour Fixe vorzusehen, in denen der aktuelle Projektstand erörtert wird.
- Rückfragen, die sich auf Termine, Aufwand oder Sachinhalt des Projektes beziehen, sind schriftlich zu dokumentieren

5.2 Umgang mit erforderlichen Anpassungen

Anpassungen können sich durch Änderungen von Vorgaben (z.B. der Institutsleitung) oder durch neue Erkenntnisse während der Konzeption ergeben. Solche Anpassungen werden vom IQTIG priorisiert, geschätzt und protokolliert und seitens des IQTIG beauftragt. Sofern der Umfang der Änderung den freigezeichneten Aufwand übersteigt, ist ggf. eine neue Kostenschätzung erforderlich.

5.3 Endprodukte

Endprodukte aus dem Auftrag sind:

- Ein umsetzungsfähiges Konzept eines Corporate Designs mit den in Ziff. (*Leistungsinhalt*) beschriebenen Inhalten
- Prototypische Umsetzung von drei unterschiedlichen Design-Varianten
- Styleguide mit detaillierten Darstellungen der in Ziff. (*Leistungsinhalt*) beschriebenen Inhalte
- Entwicklung eines Konzepts für eine Bildsprache zum Einsatz u.a. auf der Website iqtig.org sowie in Publikationen und dergleichen mehr. Die Entscheidung des IQTIG zur Umsetzung ist optional.

5.4 Verpflichtungen des Auftragnehmers

Der Auftragnehmer garantiert, dass alle von ihm im Rahmen dieser Beauftragungen zu erbringenden Leistungen und Entwicklungen frei von Rechten Dritter und für das IQTIG ohne jede rechtliche Beschränkung nutzbar sind. Der Auftragnehmer stellt das IQTIG und insoweit von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei. Auf Nr. 21 der AEB des IQTIG wird hingewiesen.